

Índice general:

Capitulo: Tema, introducción, fundamentación del estudio del tema, metodología a emplear, objetivos, marco teórico

1.1 Resumen.....	7
1.2 Introducción.....	8
1.3 Fundamentación del estudio del tema.....	9
1.4 Metodología a emplear.....	10
1.5 Objetivos.....	11

Capitulo2: Análisis de la oferta de turismo

2.1 Oferta turística de Brandsen.....	12
2.2 Tipo de empresa.....	13
2.3 Tipo de servicios ofrecidos por los establecimientos.....	14
2.4 Actividades ofrecidas en los establecimientos.....	14
2.5 Antigüedad.....	16
2.6 Atención al cliente.....	17
2.7 Forma de prestación de los servicios.....	17
2.8 Capacidad de alojamiento.....	18
2.9 Evolución del turismo en los establecimientos.....	18
2.10 Sistemas de calidad.....	19

Capitulo 3: Análisis de la demanda de turismo

3.1 Sexo.....	20
3.2 Edad.....	20
3.3 Ocupación y nivel de educación.....	20
3.4 Cantidad de acompañantes.....	21
3.5 Tipo de acompañante.....	21
3.6 Tiempo de estadía.....	22
3.7 Medio de transporte utilizado.....	22
3.8 Estado de los accesos.....	23
3.9 Motivo de viaje.....	23
3.10 Características del turista en cuanto a si conocía o no la localidad y en caso de conocerla que atractivos conoce.....	23
3.11 Calificación de los servicios y satisfacción del turista.....	24
3.12 Forma en que la demanda conoce el producto.....	24
3.13 Motivo de elección de la localidad.....	25

Capitulo 4: Residentes

4.1 Sexo.....	26
4.2 Rango de edad.....	26
4.3 Ocupación.....	27
4.4 Antigüedad en la localidad.....	27
4.5 Lugar de nacimiento.....	28
4.6 Opinión acerca de la localidad como destino turístico.....	28
4.7 Opinión acerca de la infraestructura.....	28
4.8 Calificación de la oferta turística.....	29

4.9Calificación de la infraestructura.....29

4.10 Actitud frente al turismo.....30

4.11Opinión acerca del deseo de participación de la actividad turística local.....30

4.12Opinión acerca del turismo como generador de beneficios económicos, sociales,
etc.....31

Capítulo 5: Marketing mix

5.1 Producto.....32

5.2 Precio.....32

5.3 Distribución.....33

5.4Comunicación.....33

Capítulo 6: Análisis FODA

6.1Fortalezas.....34

6.2Oportunidades.....34

6.3Debilidades.....34

6.4Amenazas.....34

Capítulo 7:Propuestas para el futuro.....35

Índice de gráficos:

1 Tipo de empresa.....	13
2 Nivel de educación.....	20
3 Cantidad de acompañantes.....	21
4 Tipo de acompañante.....	21
5 Tiempo de estadía.....	22
6 Medio de transporte utilizado.....	22
7 Motivo de viaje.....	23
8 Características del turista en cuanto al conocimiento de la localidad.....	23
9 Forma en que la demanda conoce el producto.....	24
10 Motivo de elección de la localidad.....	25
11 Sexo.....	26
12 Rango de edad.....	26
13 Ocupación.....	27
14 Cantidad de años que reside en la localidad.....	27
15 Opinión acerca de la infraestructura de la localidad.....	28
16 Calificación de la oferta turística.....	29
17 Calificación de la infraestructura.....	30
18 Precio.....	32
19 Distribución.....	33

índice de cuadros:

1 Oferta turística de Brandsen.....12

2 Tipo de servicios ofrecidos por los establecimientos.....14

3 Actividades ofrecidas por los establecimientos.....15

4 Antigüedad de los establecimientos.....16

5 Antigüedad de los establecimientos con fines turísticos.....16

6 Forma de prestación de los servicios.....17

7 Capacidad de alojamiento.....18

8 Comunicación.....33